

台湾主流报纸新闻图片浅析

■ 冷莹莹

【摘要】读图时代的到来,尤其是苹果日报的大举入台,使得台湾激烈的媒体竞争又添加了视觉争夺这一块。各主流报纸积极应变,在新闻图片上灵活运用多种传播元素,注重人文关怀,重视情感,采用独特视角,巧妙传达意见等,强化了传播效果。

【关键词】主流报纸 新闻图片

随着信息传播技术的进步和电子媒体的普及,电视和网络等多种现代媒体发展迅速。在各种形态媒介竞争激烈的背景下,报纸这一传统媒体凭什么赢得读者?有学者认为报纸的优势体现在两方面:第一是向深度报道发展,第二是使传播新闻的媒体图像化,吸引读者眼球。也有越来越多的人提出读图时代这一概念。各种报纸纷纷重视新闻图片的运用。这一现象不仅存在于大陆媒体,也存在于台湾传媒业。

2003年,黎智英携苹果日报大举登陆台湾,给台湾报界造成了不小的冲击。苹果日报在运作上完全以读者为导向,反映在新闻内容上就是偏重人情味、戏剧性、冲突性的事件,甚至“去政治化”,不做硬性的公共议题,改走软性的大众议题。尤其是为了迎合快餐主义时代消费者的口味,突出了各种视觉传播手法。台湾的另外三家大报联合报、中国时报、自由时报,不得不纷纷采取措施应对。那么,现今这三家报纸新闻图片的使用状况如何?具有什么样的特点?这三家报纸之间又有哪些区别?本文将联合报、中国时报和自由时报作为研究对象,对它们的新闻图片运用情况作浅要分析。

一、研究方法

1. 研究对象

据2008年Nielsen台湾报纸媒体阅读率调查显示,自由时报为17.0%,苹果日报为15.9%,联合报为8.0%,中国时报为6.9%。由于条件所限,本次研究,笔者舍弃了苹果日报。另外,本次研究限定于头版图片,据此总结分析出的新闻图片运用特点并不适合于三家报纸的其它版面,只能反映现阶段台湾报纸新闻图片运用的部分状况。

2. 研究样本

对于新闻图片的定义,《中国新闻实用大辞典》的解释是:“以图片的直观形象和简要文字说明结合起来报道新闻、传播信息的一种新闻报道形式”。但本文在分析研究中,将这一概念拓展开来,把图表、模拟图等也纳入新闻图片范围。此次研究以抽样调查法和内容分析法为主。抽取了三大报2008年12月1日至2008年12月7日的报纸,总共21份。为了统一版面风格,本文只选取各报头版刊登的新闻图片,包括新闻配图、作为独立报道的新闻图片、图表和现场模拟图等。

3. 分析指标

本文共设置了8类分析指标,分别为新闻图片的数量、面积、比例、版位、类型、来源、文字说明、题材。

二、样本分析

1、新闻图片数量

表1 新闻图片数量

单位:篇

联合报	自由时报	中国时报	合计
28	13	16	57

三大报图片数量总计为57篇,平均每报每天刊登2.7篇。自由时报在图片数量方面,一定程度上受到了版面编排的影响。在抽取的这一周时间段内,只有1天自由时报的下半版刊登了新闻,其它时间下半版全部为广告。中国时报下半版也经常刊登广告,而联合报总的来说下半版刊登广告的次数较少。

2、新闻图片面积

表2 新闻图片面积

单位:平方厘米

	联合报	自由时报	中国时报	合计
图片面积	3082	1771	2539	7392
文字面积	3798	2643	3926	10367

由表2可以看到,三大报合计的图片总面积与文字总面积之比为0.71:1,图片总面积与文字总面积相差较小,可见新闻图片在头版占有重要的地位,说明各家报纸均很重视图片的视觉传播作用。

3、新闻图片比例

表3 无图片新闻报道

单位:篇

	联合报	自由时报	中国时报
新闻报道	22	17	20
无图片新闻报道	5	7	7

本文在统计时,将头版上只有大字标题,具体内容放在后面版面刊登的,也计为一篇报道。根据上表,三家报纸一周内在头版上共刊登了59篇新闻报道,其中没有新闻图片的报道19篇。新闻加图片的比例较大。

4、新闻图片版位

表4 新闻图片版位

单位:篇

	上半版	下半版
联合报	16	12
自由时报	11	2
中国时报	10	6
合计	37	20

不同版位吸引读者注意力的程度不同,也意味着重要性的不同。通常是左边优于右边,上半版优于下半版。根据统计结果可见,联合报较为均衡,而中国时报和自由时报倾向于将新闻图片刊登于上半版,以吸引读者眼球。当然,三报的差异还是要考虑到各报下半版安排广告的情况。但总的看来,还是上半版优势更明显一些。

5. 新闻图片类型

表5 新闻图片类型

单位:篇

	新闻配图	图片新闻的图片	图表	手绘还原现场
联合报	17	2	9	0
自由时报	7	4	2	0
中国时报	10	3	2	1
合计	26	17	13	1

由上表可以看到,三大报的新闻图片以新闻配图和图片新闻的图片为主,以图表和手绘还原现场为辅。而新闻配图又多于图片新闻的图片。在图表方面共有13篇,联合报9篇,占全部图表的69%,较自由时报和中国时报更胜一筹。另外,手绘还原现场的图片仅有1篇,此类型图片在三大报头版上使用的还不多。

6. 新闻图片来源

据统计,来自报纸自家的图片共41篇,占有新闻图片的72%。来自法新社、美联社、路透社等外媒的有9篇,比例较小。来自大陆媒体的更少,只有中国时报刊登的1篇。除此之外,还有网站1篇。其他来源包括电视截屏、翻拍、民众个体、政府机构、事业单位等。这些反映出三家报纸新闻图片来源渠道的多样化。

7. 新闻图片文字说明

虽说进入了读图时代,但图片的运用不能排斥文字。因为图片具有多义性、局限性,文字说明可以有效地提示新闻图片内容和配合文字新闻报道。本文在研究图片文字说明时,排除了图表和手绘还原现场,只统计其它两种图片类型。共计41篇,而没有文字说明的只有2篇。

8. 新闻图片题材

表8 新闻图片题材

单位:篇

	联合报	自由时报	中国时报	合计
政治	1	0	0	1
经济	9	2	6	17
司法	5	4	1	10
社会	2	2	0	4
文化艺术	4		4	9
医药卫生	0	0	1	1
灾难事故	1	2	2	5
体育	0	1	0	1
环境	5	1	2	8

从表中可以看出,经济、司法和文化艺术三类议题排在前列。这可能与图片善于表现经济报道中的数字关系和司法与文化艺术的复杂场景有关。因此,不能简单地以此认定三大报不关心政治议题。

三、小结

通过对样本的统计分析,发现具有代表性的三大报纸在新闻图片运用上表现出以下的一些特点:

1、多种传播元素灵活运用。分析样本中,三大报根据新闻报道内容,灵活处理图与文的关系。比如重要经济新闻,每家报纸都尽可能地制作图表,形象、生动而又直观。此外,由于新闻图片形式多样,它们所具有的新闻性、形象性及人文性强弱不一。比如去年12月1日中国时报的灾难事故报道中,配发了一张新闻现场照和一张手绘还原现场模拟图。现场照片直观反映出营救场面情况及气氛,而模拟图综合运用了事故发生地的仿真图、示意图(箭头和线条)和四块按时间顺序标注的文字说明,将时间和空间完整地展示在一张图片里,取得了很好的传播效果。

2、注重人文关怀。人文关怀包括宽容、体谅和对人格的尊重,也包括对人的自由和隐私的尊重。三大报在处理一些灾难事故中,并没有将视觉冲击力强的悲惨画面赤裸裸地展示出来,避免给当事人或亲属带来不良感受和伤害。在涉及到犯罪新闻时,也给犯罪者充分的人格尊重。

3、竞争促成独特视角。重大新闻的报道通常由于媒体的高度介入,同质化现象较为严重。但分析发现,由于三大报立场不同,它们每日的头版新闻差异性很大,重合度较低。就算是报道同一事件,各报也积极运用图片编辑手法加以区别。如去年12月7号三大报都对《海角七号》在台湾金马奖电影节上获奖一事进行了报道。中国时报刊登的是该片导演魏德圣在舞台上领奖,突出的人物是国际知名导演李安、明星林青霞和魏德圣三人。联合报登载的是《海角七号》剧组欢庆的集体照,没有刻意突出个人。而自由时报却只刊登了一张两名终于圆梦获奖的老演员全照,并在图片说明中赞扬了这些艺术工作者长年坚持不懈的努力。



从《女报》的发展 看深圳期刊业的现状

■ 何 鸣

【关键词】《女报》 期刊 发展

期刊和报纸、图书作为传统的纸媒体，一直是文化产业的重要组成部分。我国期刊管理实行主管、主办单位制度，主管、主办单位按国家新闻出版总署《关于出版单位的主办单位和主管单位职责的暂行规定》就是“为出版单位的设立提供和筹集必要的资金、设备，以及创造其他必要条件”的。而在目前的出版发行体制改革之前，主管主办单位基本上是以政府部门特别是行政事业单位为主，这些单位又都享受着政府资源的直接支持，有的直接接受政府的财政拨款。随着市场经济的发展和文化体制改革的推进，很多期刊出版单位实行转企改制，除特殊的过渡期政策外，基本上是面向市场找出路，这些期刊出版单位目前的状况如何，如何探索新的体制机制，本文试图从《女报》发展作一些探索。

《女报》面临生存压力

2000年以前，《女报》和《深圳青年》是深圳期刊在全国响当当的文化名片。

以《女报》为例，该杂志在2001年期发行量达到40万册，上下半月版月发总量达到65万册，可谓达到自身发展的一个顶峰。而如今，深圳《女报》杂志与深圳其他期刊一样，面临着生存和发展的瓶颈，步履艰维，究其原因，可归结于以下几点：

（1）深圳期刊在深圳社会中越来越边缘化。

深圳公开发行的期刊品种近年来一直呈负增长状态。相比上海的近700种、广州的630多种，深圳现在的41种期刊，与城市的文明状况和文化追求不相称。另外，政府在取消对绝大部分期刊的财政拨款之后，没有出台相应的政策扶持期刊业的发展。像《女报》早就没有财政拨款，而运营机制、融资渠道、刊号资源等方面又面临着诸多的政策瓶颈和准入限制，转企之后的期刊出版单位又难以真正像企业一样独立经营，自由发展。可以说，与报纸、影视、动漫、设计等行业在“文化立市”战略中的地位相比，深圳期刊实力不是强了，而是弱

了，生存面临极大挑战。

（2）深圳期刊的品牌积累和资金积累成了发展瓶颈。

众所周知，《读者》《知音》《家庭》和《故事会》等大刊、名刊都是创办于精神产品和物质产品双重匮乏的时代，已完成了品牌影响力和资金的积累，加上刊社文化传统的积淀，使它们面对现在空前激烈的期刊竞争格局，基本上都能做到游刃有余。而深圳期刊普遍起步晚，像《女报》1994年才拿到全国公开刊号，在人力成本和运营成本都比内地高许多的情况下，要想迎头赶上，确实困难多多。近年来，《女报》文章在中央电视台、《读者》《青年文摘》的改编和转载率都是名列前茅的，可因为品牌影响力积累的原因，一直在发行量上未能有大的突破，而能够加强品牌影响力的广告宣传所需要的资金既没有政府支持，又无融资渠道。

（3）深圳期刊在刊号资源配给上存在短缺。

《女报》是旬刊，上中下旬三本杂志

4. 重视情感强化传播效果。本文的分析样本中，大部分新闻图片注重表现新闻人物的真情实感。通过抓拍人物的典型瞬间，比如大笑、拥抱、哽咽、翘拇指、好奇的神情等等，强化画面的感染力。

5. 新闻导读普遍配小图片。新闻图片除了用于报道新闻，配合文字报道外，三大报还在头版的侧边或上方的新闻导读处也加上小小的新闻图片，且位置固定化、常规化，有利于读者辨识与认读。

作为台湾三家有影响力的主流报纸，内容深度决定了它

们严肃、庄重的风格。三家大报对头版新闻图片的处理，看起来均较为沉稳、端庄和理性。在选用图片时，不仅重视图片的视觉价值以美化版面，还重视图片的新闻价值，配合或突出新闻报道内容。此外，还利用图片的延伸功能，关注情感元素和人文精神，挖掘独特视角，获得了不错的传播效果。由此可以看出，报纸只有明确新闻价值理念，遵循共同的新闻运作规则，并充分发挥主观能动性，突出擅长点，才不会迷失在硝烟弥漫的媒介混战中。■

（作者单位：厦门大学新闻传播学院2008级新闻学硕士）